



Andamios. Revista de Investigación Social

ISSN: 1870-0063

revistaandamios@uacm.edu.mx

Universidad Autónoma de la Ciudad de México
México

Villafranco Robles, Citlali

El papel de los medios de comunicación en las democracias

Andamios. Revista de Investigación Social, vol. 2, núm. 3, diciembre, 2005, pp. 7-21

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62820301>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS DEMOCRACIAS

Citlali Villafranco Robles*

RESUMEN. En este trabajo se plantean algunas líneas de discusión en torno a la importancia de los medios de comunicación en la consolidación democrática. Se parte del supuesto de que, en las sociedades complejas, la posibilidad de dar forma a la democracia es la representación por medio de procesos de elección y, dentro del proceso de elección, la información disponible ocupa un papel fundamental, pues a partir de ella los ciudadanos eligen a sus representantes, de ahí que los medios de comunicación sean un factor de poder en la definición de los resultados electorales.

PALABRAS CLAVE: Política, representación, ciudadanos, democracia, medios de comunicación.

El objetivo de este trabajo es arriesgar algunas reflexiones sobre la importancia de los medios de comunicación en las democracias representativas, partiendo del supuesto de que el acceso a la información es siempre asimétrico y destacando que la brecha informativa se intensifica por la formación de grandes corporaciones multinacionales, que surgen en el contexto de la globalización y que operan al margen de los controles democráticos, lo que dificulta los procesos de consolidación democrática.

* Profesora-investigadora de la Academia de Ciencia Política y Administración Urbana de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Correo electrónico: <citlaliv@prodigy.net.mx>.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA TEORÍA DEMOCRÁTICA

Para comprender la importancia del papel de los medios de comunicación en las democracias contemporáneas caracterizadas por gobiernos representativos, partidos políticos que difunden sus plataformas electorales a través de los medios de comunicación y las relaciones ciudadanos-partidos condicionadas por la información que los medios de comunicación transmiten, es necesario abundar en la teoría democrática liberal.

En la línea de pensamiento que describe la democracia desde una teoría económica, Downs (1957) estableció que en una democracia los partidos políticos formulan su política estrictamente como medio para obtener votos. Esta hipótesis supone que el gobierno es un empresario que vende políticas a cambio de votos y la posibilidad de que aumente el bienestar social depende de la influencia de la oposición sobre el gobierno.

Puesto que los ciudadanos de este modelo son racionales, ven en los procesos electorales un medio para seleccionar al gobierno que más los beneficie. Lo que supone que cada ciudadano estima la utilidad que obtendría de las acciones que espera realice cada partido si estuviera en el poder.

Esta explicación se basa en el supuesto del conocimiento imperfecto, lo que significa: 1) que los partidos no saben exactamente lo que los ciudadanos desean; 2) que los ciudadanos no siempre saben lo que el gobierno o su oposición ha hecho; y 3) que la información necesaria para superar la ignorancia de los partidos y de los ciudadanos es costosa; es decir, que deben utilizarse recursos escasos para obtenerla y asimilarla (Downs, 1957). La conclusión a la cual llega Downs es que, por una parte, la información transmitida por los medios de comunicación siempre va a ser parcial y, por otra, que:

es irracional que la mayoría de los ciudadanos adquieran información política con propósitos de voto [...] porque la probabilidad de que su voto determine qué partido va a gobernar es tan baja que incluso un coste trivial de procurarse información sobrepasará su ingreso. (Downs, 2001: 107)

Siguiendo este argumento, tanto a los partidos políticos como a los ciudadanos les conviene la reducción y simplificación de información que realizan los medios de comunicación. Por supuesto, la poca información disponible facilita la actuación de ambos actores durante los procesos electorales, pero también limita la posibilidad de fiscalizar el ejercicio de gobierno, reduciendo las posibilidades de una mayor democratización.

Robert Dahl (1992) considera que el problema de la democratización surge a raíz de la brecha existente entre el conocimiento de las élites de la política pública y el de los ciudadanos; para resolver este problema ha establecido condiciones que contribuyen a ampliar la democracia, para lo cual es necesaria la existencia de: comprensión ilustrada, control de la agenda, acceso a fuentes alternativas de información, consenso informado, transparencia y comprensibilidad.

Como puede observarse, para cumplir estas condiciones, establecidas por Dahl, es fundamental ampliar la cantidad y calidad de la información que los medios de comunicación transmiten, de ellos depende la posibilidad de acceder a más y mejor información; en contraste, a medida que crece la influencia de los medios como transmisores, la información se reduce. Algunos autores han llamado la atención sobre los efectos negativos de los medios de comunicación sobre la vida política democrática, bajo el argumento de que más que ampliar la información disponible, la limitan.

Una de las principales preocupaciones sobre el papel de los medios de comunicación obedece a que el gobierno democrático se basa en la existencia de instituciones y reglas que organizan tanto al sistema político como a la sociedad; pero los medios de comunicación han quedado fuera de las instituciones y han alcanzado tal influencia que no sólo complementan, sino que a veces sustituyen a las instituciones políticas. Los medios electrónicos dejaron de ser instrumentos, para convertirse en actores de los procesos políticos con agendas e intereses propios. Como actores políticos, los medios de comunicación juegan un doble papel. Por una parte son:

constructores/voceros de los discursos de las instituciones políticas a partir de las cuales los electores pueden configurar

un escenario de posiciones [...] y una segunda función es la de constructores/voceros de la opinión pública a partir de la cual los políticos conforman sus agendas y toman sus decisiones. (Carey, 1997: 241)

Ante la importancia que los medios de comunicación adquirieron en los procesos políticos, Sartori (1998) sostiene que el impacto de la televisión ha modificado las relaciones políticas generando efectos en muy diversos aspectos: el ciudadano “opina” en función de cómo la televisión le induce a opinar; la televisión condiciona el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, el planteamiento de la competencia electoral, o en la forma de apoyar a algún candidato; la televisión influye en las decisiones del gobierno, además personaliza las elecciones porque propone personas en lugar de discursos y favorece la emotivización de la política, es decir la política se reduce a episodios emocionales.

Siguiendo a Sartori, los retos que suponen los medios de comunicación pueden ser respondidos de manera limitada a través de la definición de normas, pero el problema no será resuelto ya que son las características inherentes a los medios de comunicación las que generan estos problemas, que se intensifican por las características del sistema electoral, el sistema de partidos y el sistema político en su conjunto.

El papel de los medios de comunicación ha llevado incluso a cuestionar el propio concepto de democracia representativa. Zolo (1992) argumenta que la idea de la democracia representativa ya no es capaz de describir los sistemas políticos de los países postindustriales en los que la lógica de la publicidad comercial, encapsulada en el “spot televisivo” ejerce su influencia sobre los criterios para la competencia entre candidatos, el reclutamiento de personal y la selección de tópicos para el debate político.

De este modo, los medios de comunicación operan como mediadores entre la sociedad y el poder en un lugar que antes correspondía a los partidos políticos. El resultado es que la política se ha desplazado a la arena mediática como forma legítima de comunicación con los electores, generando una “democracia mediática”.¹

¹ La democracia mediática es “la derivada de la interacción entre las estructuras comunicativas y las económico-políticas en la definición de las agendas que configuran

Se puede aventurar que es cierto que los ciudadanos y los partidos políticos toman decisiones bajo condiciones de asimetría informativa pero, ante el creciente papel de los medios de comunicación en la política, se amplía y profundiza esta brecha informativa. Los medios de comunicación adquieren un rol cada vez más destacado, determinado por el mercado que modifica las formas de los sistemas de comunicación y por la manera en que los medios construyen su discurso informativo. Estas nuevas formas de interacción de los actores políticos-ciudadanos-medios de comunicación supone una importante amenaza para la democracia porque los medios de comunicación aparecen como excepcionalmente autónomos del interés público.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ECONOMÍA GLOBALIZADA

Hemos afirmado que los medios de comunicación tienen un papel trascendental dentro de la teoría democrática porque a través de ellos los ciudadanos obtienen la información necesaria para elegir durante los procesos electorales y para evaluar el desempeño gubernamental, es decir la elección y la evaluación de los gobiernos democráticos están condicionadas por la información que los medios de comunicación transmiten a los ciudadanos.

Los medios de comunicación cumplen con la doble función de proporcionar información a los ciudadanos, al tiempo que se constituyen como canal de comunicación de las instituciones políticas, ambas funciones son determinadas e influidas por la participación de los medios de comunicación en el mercado; el resultado es que la competencia económica determina la oferta de información, los temas y los enfoques disponibles. En este apartado analizaremos cómo el proceso de globalización impacta en la organización del mercado mundial de telecomunicaciones, para finalmente repercutir en la calidad de las democracias.

En la discusión en torno a los cambios que en los últimos años ha experimentado la economía mundial, se toma a los medios de comu-

la opinión pública. En otras palabras, la comunicación moderna se ha desarrollado mediante la construcción de la sociedad nacional a través de los sistemas comunicacionales nacionales" (Carey, 1997: 241).

nicación —prensa, radio, televisión, cine, telefonía e internet— como ejemplo de una industria totalmente globalizada. En los medios de comunicación se pueden observar claramente las características y efectos de esta globalización.²

En los últimos veinte años los medios de comunicación han experimentado profundos cambios, la forma de producción de información y entretenimiento se ha modificado; anteriormente la comunicación tenía tres esferas autónomas: la de la información, la de comunicación publicitaria y la de entretenimiento. Actualmente, los principios de la comunicación publicitaria se imponen tanto en la información como en el entretenimiento, y el producto debe reunir tres características básicas: ser veloz, abundante y ser una mercancía (Bustamante, 2003).

Esta tendencia en la producción de la comunicación impacta en la forma en que se difunde la información como entretenimiento, influenciado por el cambio de compañías de comunicación locales y por compañías multinacionales que deciden sobre la economía, la sociedad y la cultura. En la mayoría de los países, quienes dominan el sector de la comunicación son industriales que tienen poco que ver con la comunicación. En el caso de Francia, los tres industriales que controlan las comunicaciones son: el principal distribuidor de agua del país, el principal constructor de autopistas y el principal constructor de armas (Bustamante, 2003: 229).

El impacto de las compañías multinacionales es claro en este sector, nueve empresas globales de la comunicación controlan la mayor parte de los satélites, las telecomunicaciones, la televisión, la radio, internet, el acceso a la información, la industria cultural y el entretenimiento en todo el mundo: AOL Time Warner (USA), Vivendi Universal (Reino Unido), Walt Disney Co. (USA), Bertelsmann (Reino Unido), NewsCorp (USA), Viacom (USA), Sony (Japón), ATT (USA), Comcast (USA), Gannett (USA) y NBC General Electric (USA) (Bustamante, 2003: 248).

En el caso de América Latina, la tendencia de formar grandes consorcios multinacionales permanece con Televisa de México, O’Globo de

² “La globalización puede definirse como la intensificación de las relaciones sociales a nivel mundial que enlaza los lugares distantes de manera tal que los acontecimientos locales son moldeados por sucesos que ocurren a muchos kilómetros de distancia y viceversa” (Giddens, 1990: 64).

Brasil, Clarín de Argentina y el grupo Cisneros de Venezuela quienes están entre las corporaciones más grandes del mundo, dominan el mercado nacional y se expanden mediante acuerdos con grandes corporaciones como TCN o con inversiones bancarias de Wall Street (Bustamante, 2003: 248).

Estos cambios en los medios de comunicación fueron posibles en el contexto de los cambios de dirección en la economía mundial promovidos por el FMI, el Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio, quienes establecieron la necesidad de reducir el gasto público y de iniciar el proceso de privatizaciones; por esta razón, en los últimos veinte años la radio y la televisión públicas vivieron recortes en su presupuesto y posteriormente fueron privatizadas.

Estas nuevas condiciones fueron formalizadas con la entrada en vigencia de acuerdos y convenios internacionales: los acuerdos sobre comercio de propiedad intelectual (TRIPS: *Trade Related Intellectual Property*) y sobre servicios (GATS: *General Agreement on Trade in Services*) y, por otra parte, los acuerdos firmados en el marco de la Organización Mundial de Comercio en febrero de 1997, “por el cual 69 países se comprometieron a desregular el negocio de la telefonía básica a partir del 1º de enero de 1998, esto es un mercado de cerca de 800 mil millones de dólares anuales” (Held, 2002: 429).

En el proceso de globalización de los medios de comunicación, un factor clave ha sido la desregulación de los mismos, algunos países han modificado sus legislaciones para permitir la presencia extranjera en los medios de comunicación. La televisión y la radio, que en muchos países era propiedad estatal, se privatizaron.

Por ejemplo, en Europa del Este se pasó de los medios de comunicación controlados por el Estado a la adopción de un sistema mixto de televisión y radiodifusión, donde conviven la propiedad pública y la privada. Los gobiernos privatizaron medios estatales, otorgaron licencias y liberalizaron completamente diarios y revistas. La televisión fue descentralizada y se internacionalizaron los contenidos, después se cambiaron las legislaciones para permitir la privatización y la inversión de capital internacional.

Por supuesto que en cada país este fenómeno adquirió diferentes características, por ejemplo, en Bulgaria la radio y la televisión nacionales

son del Estado y las locales son privadas. En la República Checa, la mayoría de los medios han sido privatizados, los periódicos pertenecen al capital extranjero, la mayor parte de las estaciones de radio y los dos canales de TV de alcance nacional son de alianzas locales e internacionales. Macedonia en tres años ha pasado de un solo canal de televisión a más de 210 radios y televisoras privadas, la mayoría extranjeras. En contraste, en Eslovenia se aprobó el Acta de los Medios Masivos de Comunicación, que impide a individuos, entidades legales, empresas o extranjeros, poseer más de 33 por ciento de cualquier medio (Ramírez, 2003).

El panorama es menos homogéneo en lo que se refiere al sureste asiático, en esta región se observa la presencia de las empresas transnacionales de medios de comunicación compitiendo con productores locales, también es común encontrar vínculos entre la propiedad de los medios de comunicación y los líderes políticos locales. En términos generales, como producto de la liberalización económica y política, hay una fuerte privatización y retroceso de la televisión y radio públicas.

En la India, Tailandia, Indonesia y Filipinas existen grandes e importantes productores locales, en cambio en Singapur se publican ocho diarios y todos pertenecen al Singapur Press Holding, que es dirigido por un funcionario del gabinete, las antenas satelitales están prohibidas y todos los medios están sujetos a la seguridad nacional interna. En Tailandia el gobierno monopoliza los medios de comunicación y los medios electrónicos son controlados por tres instituciones del Estado.

En la India los medios de comunicación fueron siempre propiedad del Estado; aunque la TV nacional sigue siendo pública, se busca privatizar el sistema de radio y los servicios de telefonía básica a AT&T, BT, France Telecom, Bell South y Nynex. En Pakistán, la televisión pública fue la primera en comercializarse en Asia, el gobierno permitió una cadena privada que transmite las 24 horas, 12 horas de CNN y dos horas de BBC vía satélite (Ramírez, 2003).

La situación de América Latina es particular ya que la región está dominada por la presencia de grandes transnacionales regionales: Globo de Brasil y Televisa de México. Sin embargo, en la región del Caribe dominan los medios de comunicación de Estados Unidos, por ejemplo CNN tiene licencias exclusivas en 15 países caribeños, opera telepuertos

procesadores de datos y controla el acceso de toda la región a satélites como Intelsat. Hay medios controlados por empresarios hindúes y sirios y por trasnacionales como Sony.

La creación de grandes consorcios de las telecomunicaciones reduce de manera automática la información disponible a que tienen acceso los ciudadanos, repercutiendo en las posibilidades de elección y de fiscalización, al tiempo que supone retos para las posibilidades de regulación de los Estados. Como puede observarse, la competencia económica ha reconfigurado los medios de comunicación a nivel internacional, cuestionando los supuestos básicos de la teoría democrática. Actualmente se discute sobre los mecanismos que permitirán mantener la diversidad de fuentes de información.

En respuesta, los países de la Unión Europea han tratado de impulsar una política que proteja a su producción audiovisual de la producción norteamericana. Estas políticas fueron afianzadas en 1993, cuando en el marco de la Ronda Uruguay del GATT, Europa fijó para sí el 51 por ciento de la cuota de pantalla para producción europea (Bustamante, 2003).

ALGUNAS RELACIONES ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LOS GOBIERNOS DEMOCRÁTICOS

La relación entre ambos elementos —necesidad de información en democracias representativas y medios de comunicación condicionados por la lógica de mercado globalizado— suponen serios problemas para la consolidación democrática. Cuando ambos elementos se combinan y se someten a evaluación, el resultado es que existen pocas condiciones para consolidar y ampliar las democracias.

Un claro ejemplo del reto que supone la influencia y características de los medios de comunicación globalizados para la consolidación democrática, se encuentra en las naciones que en los últimos veinte años realizaron las transiciones políticas y económicas; en América Latina las democracias —resultado de la “tercera ola democratizadora”— se hallan frente a la necesidad de consolidar los procesos electorales y las instituciones democráticas, adaptándose a las nuevas condiciones de los medios de comunicación globalizados.

La implementación simultánea de la liberalización económica y política³ contribuye a explicar las dificultades que enfrenta la región para consolidar la democracia.⁴ En términos de democratización, para el año 2002 América Latina, en una escala de .01 a 1.0, presentó un alto grado de democratización: 0.93 (PNUD, 2004a: 19); pero al mismo tiempo se observa una tendencia a la inestabilidad de las instituciones democráticas, que puede verificarse en el crecimiento de la volatilidad electoral y una relativamente alta fragmentación partidaria con un 4.81 de número efectivo de partidos (PNUD, 2004a: 64).

La transición democrática con sistemas de partidos debilitados pone en riesgo el armado institucional de la representación y dificultará el diseño de marcos jurídicos tendientes a reducir la brecha informativa, básicamente por tres razones: 1) los partidos políticos representan los intereses de los electores; 2) participan en la definición de las políticas públicas; y 3) pueden dar estabilidad al gobierno para la implementación de las políticas públicas. Cuando el sistema de partidos se encuentra debilitado, los partidos tienen pocas posibilidades de representar, participar y conducir la política pública, lo que al final no permite establecer reformas que limiten los intereses políticos de los medios de comunicación y limite la influencia de la televisión, haciendo cada vez mayor la brecha informativa.

Por lo tanto, uno de los principales retos para arribar a la consolidación democrática consiste en ampliar la información y en reducir la brecha informativa que se origina en la forma en que los medios transmiten la información. El desempeño de los medios en política supone tres series de derechos interrelacionados: a) el derecho de los electores a

³ Durante la segunda generación de reformas, el proceso de liberalización ocurrió de manera simultánea tanto en lo económico como en lo político: “Si uno estuviera forzado a identificar un sólo elemento distintivo de las transiciones democráticas recientes y contemporáneas [...] éste podría ser el vínculo entre la reforma económica y la reforma política, la naturaleza ‘dual’ de la transición” (Diamond y Plattner, 1995: IX).

⁴ Si se considera el periodo 1985-2000, se puede observar que en la región se implementaron de manera paralela ambos procesos de liberalización. De acuerdo con el índice de democracia electoral en una escala de 0.00 a 1.00, en el año 2000 Latinoamérica obtiene un promedio de 0.83 grados de políticas orientadas al mercado y en términos de democracia se ubica en 0.91 grados de democratización (PNUD, 2004a: 19).

realizar una elección plenamente informada; b) el derecho de los candidatos a divulgar sus políticas y c) el derecho de los medios a informar y expresar sus opiniones sobre asuntos de interés público.

El acceso a la información y los medios de comunicación tienen un papel fundamental dentro de la teoría democrática, sin embargo la preocupación sobre la calidad de la información que los medios transmiten es reciente, la búsqueda de un equilibrio entre los tres tipos de derechos es aún incipiente, lo que existe son marcos jurídicos que buscan regular el comportamiento de los gobiernos hacia los medios, más que en regular a los medios mismos.

Incluso en las democracias ya establecidas, existen perspectivas divergentes respecto del grado en que los medios deben ser sujetos de regulación legal. La tradición de Estados Unidos requiere mínima regulación, mientras que la europea⁵ tiende hacia una mayor reglamentación. Una de las razones de esta diferencia está en que Europa, a diferencia de Estados Unidos, tiene un historial donde el Estado tiene injerencia en las transmisiones locales.

En términos generales no existe un esquema que pueda considerarse universalmente aceptado, ni eficaz, para resolver las dificultades de la relación entre medios de comunicación y democracias. Recientemente ha cobrado importancia una tendencia que considera que la existencia de reglas para la comunicación no implica limitaciones para la libertad de expresión, una posibilidad es el establecimiento de parámetros éticos con los cuales las empresas de medios, o las comunidades de periodistas, se comprometen a autorregularse (Villanueva, 2000b).

Esta búsqueda por acotar las funciones y atribuciones de los medios de comunicación es todavía más compleja en el caso mexicano, debido

⁵ En este contexto, se generó en los países de la Unión Europea una gran discusión con la presentación del Libro Verde sobre la Información del Sector Público en la Sociedad de la Información, titulado "La información del sector público: un recurso clave para Europa". La iniciativa insiste en la necesidad de mejorar la gestión de la información y la transparencia informativa de las instituciones públicas europeas como una clave, al menos, para a) mejorar la competitividad de la economía europea, b) mejorar la movilidad de los ciudadanos europeos y c) implicar, eliminando todas las barreras de acceso a la información, a los ciudadanos en el proceso de construcción europea.

a que nuestro pasado autoritario originó que los medios de comunicación mantuvieran una estrecha relación con el régimen político.

En México, el tema de la reglamentación de los medios de comunicación es una necesidad debido a que las leyes más importantes de la materia resultan obsoletas: la de Imprenta, promulgada en 1917; y la Federal de Radio y Televisión, de 1960. El atraso de esas leyes es más notable comparado con el desarrollo político que han experimentado el resto de las instituciones mexicanas. De hecho, la reforma de los medios de comunicación tendría que haber sido parte de la reforma del Estado, a la par de la actualización a la legislación electoral.⁶

Una de las resistencias más fuertes para reformar las leyes de la materia es la de los propietarios de los medios electrónicos quienes, ante la posibilidad de una reforma, argumentan que se pretende atentar contra la libertad de expresión. Es el caso de la iniciativa para reformar la Ley Federal de Radio y Televisión que se presentó en 2004 y en la que se incluyeron las propuestas presentadas en la Mesa del Diálogo para la reforma integral de la Legislación de los medios electrónicos convocada por la Secretaría de Gobernación. Esta iniciativa ha generado grandes resistencias entre los propietarios de los medios electrónicos, especialmente entre los socios de las dos televisoras porque dentro de las modificaciones destaca la creación de un organismo autónomo y plural que tendrá la facultad de renovar, modificar y revocar las concesiones, permisos y asignaciones, además de que prevé normas que alientan condiciones de competencia y de pluralidad.

Este debate plantea un falso dilema entre libertad de expresión y derecho a la información, que legislaciones como la española han resuelto reconociendo el “derecho fundamental de todos a recibir una información

⁶ Este asunto es sumamente preocupante, de acuerdo con Mazzoleni y Schulz, uno de los asuntos clave de este debate es el hecho de que los medios de comunicación no pueden ser responsabilizados de sus acciones como, por ejemplo, los partidos políticos, “mientras que los partidos políticos son responsables de sus políticas ante el electorado, ninguna constitución prevé que los medios sean responsables de sus acciones. La ausencia de responsabilidad puede implicar serios riesgos para la democracia, porque viola la regla clásica del equilibrio de poderes en el juego democrático, haciendo de los medios una fuerza influyente e incontrolable protegida de la sanción de la voluntad popular” (Mazzoleni y Schulz, 1999: 248).

veraz" (Escobar, 2000: 17), señalando con ello que la regulación e intervención no significa violación de la libertad de expresión sino salvaguarda del derecho a la información de los ciudadanos.⁷ El estudio de este caso puede dar vías de solución para el dilema mexicano.

Podemos observar que la teoría democrática asigna una función esencial a los medios de comunicación, si bien reconoce que existe una brecha informativa entre representantes y representados, esta brecha se intensifica cada vez más debido a que existe una tendencia a divulgar la información y a buscarla a través de los medios de comunicación electrónicos, cuyas dinámicas informativas originan que los ciudadanos tengan una menor cantidad y calidad de información durante la elección y del desempeño gubernamental.

Los medios de comunicación tienen una función que cumplir dentro de los gobiernos democráticos representativos, pero también responden a una lógica de mercado que se contrapone al principio de información, además la tendencia a la concentración de los medios de comunicación en grandes consorcios internacionales reduce las opciones de información, por ello es necesario pensar en armados institucionales que equilibren dos derechos: libertad de prensa y libertad de información. La posibilidad de consolidación y ampliación democrática, en parte está condicionada por el equilibrio entre ambos derechos.

BIBLIOGRAFÍA

- BUSTAMANTE, Enrique (coord.) (2003), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- CAREY, James W. (1997), "The press, public opinion and public discourse" en E. Munson y C. Warren (eds.), *James Carey: a critical reader*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

⁷ En el caso español, la importancia de la pluralidad política se intensifica durante los períodos electorales "así la Ley Orgánica 5/1985, del Régimen Electoral General" (Escobar, 2000: 17) prohíbe la publicidad electoral en televisión (pública y concesionada), además de exigir respeto al pluralismo y a la neutralidad informativa.

- CASTELLS, Manuel (1997), *La era de la información: el poder de la identidad*. Madrid: Alianza.
- DAHL, Robert (1992), *La democracia y sus críticos*. Barcelona: Paidós.
- _____ (1999), *La democracia. Una guía para los ciudadanos*. Madrid: Taurus.
- DIAMOND, Larry y Marc PIATTNER (1995), “Introduction” en Larry Diamond y Marc Plattner (1995), *Economic Reform and Democracy*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- DOWNS, Anthony (1957), *An economic theory of democracy*. New York: Harper Row.
- _____ (2001), “Teoría económica de la acción política en una democracia” en *Diez textos básicos de ciencia política*. Barcelona: Ariel.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- GIDDENS, Anthony (1990), *The consequences of modernity*. California: Stanford University Press.
- HELD, D. y A. MCGREW (2002), *Transformaciones globales, política económica y cultura*. Oxford: Oxford University Press.
- MAZZOLENI, G. y W. Schulz (1999), “Mediatization of Politics: a Challenge for Democracy?” en *Political Communication*, vol. 16, pp. 247-261.
- PNUD (2004a), “Informe estadístico del reporte la democracia en América Latina”. Nueva York: PNUD.
- _____ (2004b), “Ideas y aportes: la democracia en América Latina”. Nueva York: PNUD.
- PRZEWORSKI, Adam (1995), *Democracia y mercado*. Cambridge: Cambridge University Press.
- RAMÍREZ CUEVAS, Jesús (2003), “TV, radio, periódicos, espectáculos, telecomunicaciones: Los monstruos controlan todo” en <www.etcetera.com.mx>.
- SARTORI, Giovanni (1998), *Homo videns la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- STALLINGS, Barbara (2000), *Crecimiento, empleo y equidad. El impacto de las reformas en América Latina y el Caribe*. México: CEPAL-FCE.

- TREJO DELARBRE, Raúl (2001), *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. México: Cal y Arena.
- VILLANUEVA, Ernesto (coord.) (2000a), *Hacia un nuevo derecho de la información*. México: Universidad Iberoamericana.
- _____, (coord.) (2000b), *Nuevas tendencias del derecho de la comunicación, visiones desde España y México*. México: Universidad Iberoamericana.
- ZOLO, Daniel (1992), *Democracia y complejidad: un enfoque realista*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Fecha de recepción:15/04/2005

Fecha de aceptación:15/06/2005